

2018-2024年中国中央厨房 市场研究与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国中央厨房市场研究与市场供需预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qita/J68941JAXN.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

从广义上讲，中央厨房的范围是大于《中央厨房许可审查规范》的定义的，除了连锁餐饮业的中央厨房，在市场上还存在企业中央厨房、高校中央厨房、团膳式中央厨房等。而中央厨房涉及的行业包括中央厨房、中央厨房设计、中央厨房设备制造等等。

目前我国中央厨房已经普及到大部分连锁餐饮业，随着中央厨房数量的增加，中央厨房设备需求量也不断增加，近几年我国中央厨房设备市场规模发展迅速。到2015年，我国中央厨房设备需求量为4835套，中央厨房设备市场规模达到86.2亿元。

随着连锁餐饮行业的发展，未来中央厨房将会向二三线城市扩散，团膳餐饮行业的中央厨房也将迅速发展。对于中央厨房的供给而言，未来的中央厨房将会向二三线及以下城市扩散，且走向规模化。

中央厨房是未来餐饮业的发展趋势，中央厨房在餐饮业的普及率将进一步提高，同时团膳中央厨房行业也将呈现快速发展势头。中商产业研究院预测，未来中央厨房的需求量将会继续扩大，到2021年，我国中央厨房设备的需求规模将会超过7900套，市场规模将超过150亿元。

报告目录

第一章 中央厨房行业发展综述

第一节 中央厨房行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

第二节 中央厨房特征分析

一、标准化特征

二、专业化特性

三、集约化特征

四、产业化特征

第三节 中央厨房组成结构分析

一、中央厨房构成分析

二、中央厨房功能结构

第二章 我国中央厨房行业运行情况分析

第一节 我国中央厨房行业发展分析

- 一、中央厨房概念的发展历程分析
- 二、中央厨房行业生命周期分析
- 三、我国中央厨房行业发展总体概况

第二节 中央厨房行业市场规模

- 一、我国中央厨房行业市场规模现状
- 二、中国中央厨房行业市场规模预测

第三节 中央厨房的困境及对策

- 一、中央厨房的困境
- 二、中央厨房的对策

第三章 我国中央厨房行业供求分析

第一节 国内市场需求分析

- 一、需求市场分析
- 二、需求规模分析

第二节 国内市场供给分析

- 一、供给市场分析
- 二、主要供给企业

第三节 2018-2024年中央厨房需求规模预测

第四节 2018-2024年中国中央厨房行业供给预测

第四章 我国中央厨房运营管理分析

第一节 中央厨房商业模式分析

- 一、团膳商业模式
- 二、餐饮连锁模式
- 三、团体商业模式

第二节 中央厨房分销模式分析

第三节 中央厨房建设的条件分析

- 一、先有市场，后有工厂
- 二、产品设计优先
- 三、产品模块化设计

第四节 中央厨房选址要素分析

- 一、物流状况是关键

二、环保配套很重要

三、厂房结构要够用

四、配套设施应完善

五、符合地方产业政策需求

第五节 中央厨房建设的必要性分析

一、中央厨房是产品标准化的必要保证

二、中央厨房有效实现成本效益最大化

三、中央厨房有利于连锁品牌扩张

第六节 中央厨房物流配送分析

第七节 中央厨房亏损的四大原因

一、规划失误，产能浪费，成本偏高

二、缺乏成本核算和管理，效率低下

三、配送效率低下

四、中央厨房发展存在技术问题

第八节 中央厨房生产经营模式具体实施方案

第五章 中央厨房案例分析

第一节 味千拉面中央厨房分析

一、中央厨房概况

二、中央厨房网络

三、运营成效分析

第二节 永和豆浆中央厨房分析

一、中央厨房概况

二、标准化生产

三、运营成效分析

四、物流体系分析

第三节 富士康中央厨房分析

一、中央厨房概述

二、中央厨房设备

三、厨房结构分析

第四节 重庆南岸中央厨房项目

第五节 河南中央厨房产业园

第六章 我国中央厨房设备产业链分析

第一节 中央厨房设备产业链概述

第二节 中央厨房设备上游行业分析

一、中国钢铁行业发展现状

二、中国钢铁行业市场供给

三、中国钢铁价格走势分析

四、上游对中央厨房设备的影响

第三节 中央厨房设备下游行业分析

一、产业链下游概述

二、连锁餐饮发展现状分析

三、国内连锁餐饮总体规模

四、连锁餐饮发展方向与重点

五、下游需求对中央厨房设备的影响

第七章 我国中央厨房行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、中央厨房行业竞争结构分析

（一）行业现有企业间的竞争

（二）行业新进入者威胁分析

（三）替代产品或服务的威胁

（四）上游供应商讨价还价能力

（五）下游用户讨价还价的能力

二、中央厨房行业集中度分析

三、中央厨房行业SWOT分析

（一）优势

（二）劣势

（三）机遇

（四）挑战

第二节 中国中央厨房行业竞争格局综述

一、中央厨房行业竞争概况

（一）中国中央厨房行业竞争格局

(二) 中央厨房行业未来竞争格局和特点

(三) 中央厨房市场进入及竞争对手分析

二、中国中央厨房行业竞争力分析

三、中央厨房竞争能力提升竞争策略分析

第八章 中央厨房行业领先企业经营形势分析

第一节 浙江翔鹰厨房设备有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业产品情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

五、企业经典案例分析

第二节 南京乐鹰商用厨房设备有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业产品情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

五、企业客户情况分析

六、企业经典案例分析

第三节 上海博海餐饮集团有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业业务情况分析

三、企业营销网络分析

四、企业子公司分析

五、企业竞争优势分析

第四节 佛山市南海轩宝餐饮管理有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业业务情况分析

三、企业客户情况分析

四、企业竞争优势分析

第五节 深圳市金谷园实业发展有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业业务情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业客户情况分析

五、企业经典案例分析

第六节 深圳市力特实业发展有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业产品情况分析

三、企业经典案例分析

四、企业竞争优势分析

第七节 深圳市宝安新厨厨房设备有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业产品情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

第八节 北京新兴荣福厨房设备有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业产品情况分析

三、企业经典案例分析

四、企业竞争优势分析

第九节 山东金佰特商用厨具有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业产品情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

五、企业经典案例分析

第十节 北京市益友公用设备公司

一、企业基本情况分析

二、企业产品情况分析

三、企业营销网络分析

四、企业经典案例分析

第九章 2018-2024年中央厨房行业投资前景

第一节 2018-2024年中央厨房市场发展前景

- 一、2018-2024年中央厨房市场发展潜力
- 二、2018-2024年中央厨房细分行业发展前景分析

第二节 2018-2024年中央厨房市场发展趋势预测

- 一、中央厨房是服务餐饮业的加工系统和运营模式
- 二、将产业链导入中央厨房
- 三、服务于多种团体的标准化供餐
- 四、冷链生产及配送技术将广泛应用与推广
- 五、中央厨房的功能将向节能减排、低碳环保方面延伸

第三节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、企业区域市场拓展的趋势
- 三、企业走因地制宜路线建议

第四节 2018-2024年中央厨房行业投资风险分析

- 一、政策风险
- 二、需求风险
- 三、市场竞争风险
- 四、技术风险
- 五、运营风险

第十章 2018-2024年中国中央厨房行业投资环境分析

第一节 中央厨房行业政治法律环境分析

- 一、行业管理体制分析
- 二、中央厨房许可审查规范
- 三、关于进一步加强餐饮连锁企业食品安全工作的通知
- 四、餐饮企业连锁经营管理规范
- 五、其他相关政策法规

第二节 中央厨房行业经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第三节 中央厨房行业社会环境分析

一、中国城镇化率

二、居民人均餐饮消费支出

第十一章 2018-2024年中国中央厨房行业投资战略研究

第一节 中央厨房行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对我国中央厨房品牌的战略思考

一、中央厨房品牌的重要性

二、中央厨房实施品牌战略的意义

三、企业品牌阶段战略分析

四、企业品牌文化建设策略

（一）品牌文化建设诚信为本

（二）品牌文化建设质量要求

（三）品牌文化需要持续创新

（四）品牌文化建设安全保障

（五）品牌文化建设服务途径

五、企业品牌宣传推广策略

（一）消费者互动的推广

（二）新闻广告品牌推广

（三）事件营销品牌推广

（四）网络营销品牌推广

（五）活动赞助品牌推广

（六）口碑传播品牌推广

第三节 中央厨房经营策略分析

一、中央厨房市场细分策略

二、企业品牌市场定位策略

(一) 品牌定位战略的概述

(二) 品牌定位必要性分析

(三) 品牌定位应注意问题

(四) 品牌定位的战略策略

三、中央厨房新产品差异化战略

第四节 中央厨房行业投资战略研究

第十二章 2018-2024年中国中央厨房行业研究结论及投资建议

第一节 中央厨房行业投资价值评估

第二节 中央厨房行业投资建议总结

图表目录

图表：中央厨房产业链分析

图表：国际中央厨房市场规模

图表：国际中央厨房生命周期

图表：2015-2017年中国中央厨房竞争力分析

图表：2015-2017年中国中央厨房行业市场规模

图表：2015-2017年全球中央厨房产业市场规模

图表：2015-2017年中央厨房重要数据指标比较

图表：2015-2017年中国中央厨房行业销售情况分析

图表：2015-2017年中国中央厨房行业利润情况分析

图表：2015-2017年中国中央厨房行业资产情况分析

图表：2018-2024年中国中央厨房市场前景预测

图表：2018-2024年中国中央厨房发展前景预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/J68941JAXN.html>